

# Indice

<b>Introduzione</b>	11
di <i>Gian Paolo Caprettini e Sergio Zenatti</i>	
<b>1. Progettare fiction per il cinema e la televisione</b>	17
di <i>Carlo Galizia</i>	
1.1. L'ambito d'azione del produttore	17
1.1.1. Introduzione / 1.1.2. Il progetto di un prodotto audiovisivo / 1.1.3. La figura del produttore / 1.1.4. La casa di produzione / 1.1.5. La linea editoriale / 1.1.6. Le categorie di prodotti / 1.1.7. La categoria della fiction	
1.2. Dall'ideazione alla scrittura	24
1.2.1. Ricerca / 1.2.2. Sviluppo / 1.2.3. Libro / 1.2.4. Le scelte tecnico-produttive / 1.2.5. Le scelte delle professionalità artistiche / 1.2.6. Le fasi della scrittura	
1.3. Le parti legali ed economiche	38
1.3.1. Contratti / 1.3.2. Diritti / 1.3.3. Gli elementi del budget / 1.3.4. Le parti del budget / 1.3.5. Il piano finanziario	
1.4. Il <i>pitch</i>	44
1.4.1. Lavoro preparatorio / 1.4.2. Il successo / 1.4.3. Il marketing / 1.4.4. Gli obiettivi / 1.4.5. Gli interlocutori / 1.4.6. Demo, piloti, numeri zero, trailer	
1.5. Conclusioni	51
<b>2. Scrivere per la televisione</b>	53
di <i>Mauro Sassi</i>	
2.1. Introduzione	53
2.2. <i>Entertainment</i>	54
2.2.1. Scrittura dell'idea / 2.2.2. Scrittura del programma / 2.2.3. Scrittura del format	

2.3.	<b>Fiction</b>	64
	2.3.1. Breve accenno alla drammaturgia della storia / 2.3.2. Film TV / 2.3.3. Serie / 2.3.4. Soap	
	Riferimenti bibliografici	70
3.	<b>Musica e televisione</b>	73
	di <i>Luigi Giachino</i>	
3.1.	L'apporto musicale al mezzo televisivo in relazione a quello cinematografico	73
3.2.	Aspetti tecnici della composizione musicale televisiva	77
3.3.	Tecnologia audio negli apparecchi televisivi	79
3.4.	Principali applicazioni musicali televisive	81
3.5.	Musica televisiva e comunicazione di massa	84
	Riferimenti bibliografici	88
4.	<b>Informazione o comunicazione</b>	89
	di <i>Lorenzo Gigli</i>	
4.1.	Introduzione	89
4.2.	Un esempio: il caso di Melfi	96
4.3.	La carta RAI sulla pubblicità	97
4.4.	La <i>Carta dei doveri</i>	102
4.5.	Le scuole di giornalismo	106
4.6.	Uffici stampa	108
	Riferimenti bibliografici	114
	Leggi e direttive	115
	Sitografia	115
5.	<b>Il comico come genere trasversale</b>	117
	di <i>Gian Paolo Caprettini</i>	
5.1.	Tra arte e vita, il medium	117
5.2.	Tra scontri e contaminazioni, l'attore	118
5.3.	Il corpo del grottesco e l'ironia militante	120
5.4.	<i>Homo ridiculus e homo ridiculosus</i>	121
5.5.	Socialità e asocialità, topica e drammaturgia	121
5.6.	Come mettere in scena un motto di spirito	124

5.7.	Il comico parla di se stesso e altrettanto fa la televisione	126
5.8.	Il carattere burlesco e la nostra identità	128
	Riferimenti bibliografici	129
<b>6.</b>	<b>tv e comunità</b>	<b>131</b>
	di <i>Massimo Arvat</i>	
6.1.	Televisione e comunità nell'epoca del reality show	131
6.2.	<i>Community television</i> negli Stati Uniti	133
6.3.	tv della comunità in Europa	136
6.4.	Televisione e comunità in Italia	138
6.5.	Un'esperienza di tv della comunità decentrata sul territorio	143
6.6.	L'università come ambito di sperimentazione	146
	Riferimenti bibliografici	148
	Sitografia	148
<b>7.</b>	<b>La pubblicità oltre l'immagine televisiva</b>	<b>149</b>
	di <i>Ave Appiano</i>	
<b>8.</b>	<b>Educare all'immagine televisiva. Introduzione alla didattica del medium televisivo</b>	<b>155</b>
	di <i>Riziero Zucchi</i>	
8.1.	Premessa	155
	8.1.1. Educazione e televisione / 8.1.2. Doveri educativi / 8.1.3. Principi fondanti	
8.2.	L'educazione all'immagine televisiva nella scuola	158
	8.2.1. Materia specifica o "educazione trasversale"? / 8.2.2. Il <i>tv educator</i> / 8.2.3. La Commissione scolastica di educazione all'immagine televisiva / 8.2.4. Il Piano dell'offerta formativa / 8.2.5. Il Collegio docenti / 8.2.6. Le famiglie / 8.2.7. Aggiornamento specifico e formazione congiunta	
8.3.	L'intervento educativo e didattico	162
	8.3.1. Decodifica / 8.3.2. Produzione / 8.3.3. Socializzazione. Trasformare un medium che produce isolamento in uno strumento di identità sociale	

Appendice. Approfondimenti	186
Modello di educazione al linguaggio televisivo / Proposta di un centro di documentazione per l'educazione all'immagine televisiva con sede a Torino / Figure professionali / Spunti, idee, riflessioni per un curriculum post-diploma di educazione all'immagine televisiva	
Riferimenti bibliografici	197
<b>9. Leggere di televisione</b>	<b>201</b>
di <i>Gabriele Balbi</i>	
Audio / Auditel, Audience / Autoreferenzialità / Berlusconi / <i>Brainframe</i> / <i>Broadcasting</i> / Carnevale / Colore / Critica televisiva / Flusso / Generi / Geografia della tv / Internet e nuove tecnologie / Letteratura / Libro / Media caldi e freddi / Nazionalità / Oralità secondaria / Paleo e neotelevisione / Palinsesto / Politica / Pubblicità / Qualità / Quotidianità / Sinestesia / Sistema dei media / Storia / Violenza	